

Summary – the study examines the influence of the state’s economic policy on economic processes, describes the relationship with the state’s foreign and domestic policies, gives directions to economic policies, formulates the role and functions of the state in conducting economic policies.

Введение. Экономическая политика является решающим фактором экономического роста и повышения эффективности производства и важным средством роста экономики страны. Для того, чтобы экономическая политика приносила рост экономике страны необходимо учитывать постоянно меняющуюся экономическую ситуацию и современного экономического мышления населения страны. Эффективность экономической политики измеряется в ВВП, темпах роста производства, доходах населения и т.д. Экономическая политика эффективна тогда, когда она охватывает все сферы деятельности. Государство должно регулировать экономическую политику с целью осуществления своих интересов и населения.

Основная часть. Экономическая политика - это деятельность государства, направленная на достижение конкретных целей в экономике. Для начала необходимо провести анализ состояния экономики, поставить конкретные цели, выбрать средства и механизмы достижения этих целей.

Экономическая политика связана с внутренней и внешней политикой государства и даже с его идеологией. Экономическая политика воплощает в себе политические взгляды правительства. Но правительство, принимая экономические решения и формируя бюджет, вынуждено учитывать реакцию разных слоев населения. Иногда протесты населения могут влиять на проводимую экономическую политику государства. В последствии этих процессов, она может пересматриваться. Экономическая политика формируется через законы, указы президента и другие нормативные акты. Целями проведения экономической политики являются: стабильный рост экономики страны, стабилизация цен, регулирование конкуренции. Управление экономикой - это одна из важных задач государства. Для того, чтобы контролировать экономическую деятельность от работников до предприятий, необходимо изучить информацию об экономической деятельности в масштабах страны, сделать выводы об экономических перспективах и принять необходимые решения, законы.

В свою очередь государство должно обеспечить работу предпринимателей на законных основаниях, дать гарантии и права. Основываясь на этом, государство контролирует и регулирует отношения между покупателями, предприятиями и поставщиками. Государство должно вводить стандарты качества и регулировать функционирование рынка товаров и услуг.

Также государство, через свои структурные подразделения, обеспечивает общественный порядок.

При наличии свободной конкуренции одни предприятия вытесняют другие и создается монополия, тогда производители действуют в своих интересах, не думая о потребителях. Для того, чтобы этого не происходило государство регулирует конкуренцию. Поэтому создается антимонопольное законодательство для поддержки конкуренции и ограничения монополии. Государство должно контролировать и естественные монополии, такие как: жилищно – коммунальные услуги, услуги железных дорог и т.п.

Заключение. Активная регулирующая роль государства является важной частью современной рыночной экономики. Благодаря современной экономике, государство становится партнером и конкурентом частных предприятий, создавая рыночную конкуренцию. Государственное регулирование необходимо для исправления и корректирования возникающих недостатков. Но государство должно соблюдать интересы общества и поддерживать стабильность. Также, государство осуществляет правовое регулирование, способствующее благоприятному функционированию рынка: защита прав потребителей, осуществление свободы выбора и обеспечение законности и легальности в экономической деятельности. Самой важной микроэкономической функцией государства является разработка законодательства и контроль соблюдения населением страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Говорова Н. Экономическая политика: стратегия и тактика / Н. Говорова // Проблемы теории и практики управления. 2006. - № 4. - С. 25-37;
2. Холопов, А.В. История экономических учений// А.В.Холопов . – М.: ЭКСМО, 2009
3. Ершов М. Важнейшие механизмы экономической политики / М. Ершов // Мировая экономика и международные отношения. - 2006. - № 6. - С. 3-12

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ ПОКОЛЕНИЯ «ТОСТА С АВОКАДО»

*А. А. Чирская, студент группы 10504218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Е.А. Готовцева*

Резюме – Данная научная работа раскрывает особенности потребителя поколения «тоста с авокадо», а также рассматривает различные подходы к данному типу потребителей.

Summary – This scientific work reveals the characteristics of the consumer generation of “toast with avocado”, and also considers various approaches to this type of consumer.

Введение. После того, как исследователи Уильям Штраус и Нил Хау выдвинули свою теорию поколений, маркетологи стали по-другому смотреть на своих потребителей и искать различные подходы в продвижении к каждому поколению. На сегодняшний день наибольший интерес у маркетологов вызывают потребители поколения «тоста с авокадо».

Основная часть. Тема разделения людей на поколения изначально была выдвинута двумя исследователями Уильямом Штраусом и Нилом Хау в научной работе «поколения». Позже они издали еще несколько работ, каждая из которых более подробно описывала особенности поколений. Поколения «тоста с авокадо», которое принято называть поколением Y или миллениалы - это люди, которые по теории Штрауса и Хау были рождены в 1981-1996гг., однако в России и ближних странах из-за различий политических, экономических, социальных условий к данному поколению принято относить людей, родившихся в 1987-2004 гг. Потребители поколения Y поддается наибольшей критике других поколений. С ним связано множество стереотипов: многие думают, что поколение Y - это поколение лентяев, людей, не думающих о будущем, с рассеянным вниманием, которые сидят все время в мобильных телефонах и т.д. Для того, чтобы разобраться откуда возникают подобные стереотипы необходимо рассмотреть особенности данного поколения. Первой особенностью поколения является то, что по сравнению с предыдущими поколениями, поколение Y вступает в взрослую жизнь позже. Они значительно дольше живут с родителями. Причиной подобного поведения является экономическое состояние, которое характеризуется безработицей, экономической не стабильностью, повышением стоимости жилья и т.д. Также важную роль в таком поведении играют родители, которые своей заботой и опекой создают условия, при которых людям свойственно взрослеть позже. Важно учитывать то, что поколение имеет свой особый взгляд на жизнь. Если, например, прошлое поколение X стремилось к стабильности, то поколение Y часто уходит от этого. Они чаще меняют работу, бросают учебу и стремятся к жизни, которая будет доставлять им удовольствие. Некоторые наниматели обеспокоены тем, что у молодежи слишком завышенные ожидания от своего трудоустройства, так как они предпочитают подстраивать условия работы под свою жизнь, а не наоборот. Следующей особенностью поколения Y является использование современных гаджетов. Поколение позитивно воспринимает новые технологии, активно использует социальные сети для общения, и в разы меньше используют телевизор или радио. Кроме этого они характеризуются многозадачностью. Другой особенностью поколения Y является то, что поколение склонно к более здоровому образу жизни, чем прошлые поколения. Многие люди данного поколения более ответственно подходят к теме здоровья, но несмотря на это поколение Y является наиболее подверженным к стрессу, чем каждое прошлое поколение. Другими особенностями является оптимизм, который выражается в позитивном взгляде на будущее. Также данное поколение более общительное и разнообразное. С учетом всех особенностей потребителя поколения Y, для того чтобы привлечь внимание используют информационные технологии, интернет, геймификацию и различные «фишки». Развитие информационных технологий позитивно воспринимается данным поколением. Это могут быть предметы электронного интеллекта, новые разработки и т.д. Кроме этого поколение активно использует интернет для поиска информации, покупок, общения, работы. Так как в интернете легко найти отзывы людей на те или иные продукты, компаниям необходимо быть открытыми и быть готовыми реагировать на мнение людей. Сейчас компании стараются быть ближе к клиенту, создавая полезный контент и придерживаясь социальности. Следующим эффективным способом для привлечения внимания является геймификация. Геймификация – это применение подходов, характерных для компьютерных (и не только) игр в программных инструментах для неигровых процессов с целью привлечения пользователей и потребителей, повышения их вовлеченности в решение прикладных задач, использование продуктов и услуг [2]. Основным принципам геймификации является наличие вознаграждения. Это может быть неожиданный бонус, поощрение, конкурс. Важным элементом стоит отметить, что любой конкурс или другие способы геймификации должны быть ограничены по времени. Еще один способ привлечения внимания потребителя поколения «Тоста с авокадо» это использование каких-либо «фишек» компании (технических, дизайнерских и других). Модники чаще всего выбирают исключительно популярные, заслужившие одобрение в своей среде общения бренды. Эти люди чаще подражают поведению других, чем сами задают какие-либо тренды.

Заключение. Таким образом, в современном мире необходимо учитывать особенности потребителя поколения «тоста с авокадо» при воздействии на него и уметь правильно взаимодействовать с ним.

ЛИТЕРАТУРА

1. Теория поколений [Электронный ресурс] / Свободная энциклопедия– Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9– Дата доступа: 16.03.2020.
2. Геймификация в маркетинге: важные элементы, примеры механик и список полезных сервисов [Электронный ресурс] /Онлайн журнал– Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/geymifikatsiya-v-marketinge-vazhnye-elementy-primery-mekhanik-i-spisok-poleznykh-servisov.html>– Дата доступа: 16.03.2020.
3. Поколение игрок[Электронный ресурс] /Сайт проекта «RuGenerations-российская школа Теории поколений»– Режим доступа: <https://rugenations.su/2010/10/01/%d0%bf%d0%be%d0%ba%d0%be%d0%bb%d0%b5%d0%bd%d0%b8%d0%b5-%d0%b8%d0%b3%d1%80%d0%b5%d0%ba/>– Дата доступа: 16.03.2020.